



## MAPPING BASILICATA, L'ARTIGIANATO LOCALE ARRIVA NEL MERCATO GLOBALE GRAZIE AI FONDI EUROPEI

Scansiona il QRCode per visionare maggiori dettagli



**Categories:** [Agenzia coesione territoriale](#), [Programmi Operativi Regionali](#)

**Tag:** [agenzia coesione](#), [FESR](#), [mapping basilicata](#)

Come valorizzare le tradizioni locali e trasformare l'arte artigiana in nuove opportunità commerciali. **Mapping Basilicata** ha fatto tutto questo; più di una vetrina on line, Mapping Basilicata ha fatto **incontrare le decine piccole aziende lucane con i buyer internazionali**, costituendo una rete in grado di rispondere alle sfide della globalizzazione, rimanendo ancorata alla tradizione. E' il made in Italy che si propone come eccellenza nel mondo.

Il portale, nato nel 2014, è stato finanziato dalla Regione nell'ambito di un decreto del Mise del 2010, e del Programma operativo del Fondo europeo di sviluppo regionale (Fesr) 2007-2013, per circa 800mila euro. Di questi **630mila arrivavano dai fondi europei**. Il progetto è stato realizzato da Sviluppo Basilicata in sinergia con il Distretto del Mobile imbottito di Matera, il Distretto rurale delle Colline e della Montagna Materana, il Distretto Pollino Lagonegrese, il Distretto agroalimentare del Vulture e il Distretto della Corsetteria, insieme a Unioncamere Basilicata.

Ma come è stato possibile aprire all'estero queste imprese? Lo spiega Patrizia Orofino, project manager del progetto, in un'intervista rilasciata all'Ansa: "Aumentando prima di tutto la visibilità della Basilicata e delle sue aziende, con un programma di attività in Paesi target per comunicare i concetti chiave di territorialità, qualità, localizzazione e valore dei prodotti".

I Paesi target di cui parla Orofino sono Gran Bretagna, Germania, Stati Uniti, Russia e Paesi del Golfo, che hanno permesso acquisizione di contatti e innovazioni. Ma per il successo del progetto è stata fondamentale anche l'unione delle piccole aziende in una rete omogenea, suddivisa in tre ambiti business (agroalimentare, mobile/arredo e corsetteria), tanto che sono nati tre nuovi marchi identitari delle filiere di qualità: "Basilicata Fine Foods", "Casa Matera" e "B-Wear".

In particolare "Casa Matera", dichiarano all'Ansa Luca Colacicco ed Emanuele Cifarelli, rappresentanti di due delle aziende che fanno parte della rete, "ha portato gli imprenditori del territorio a unirsi e a dimostrare che possono convivere e crescere. Ogni singolo pezzo prodotto è frutto di tantissime esperienze, ogni difficoltà viene risolta insieme e la nostra collezione continua a girare il mondo".

E oggi la rete di aziende continua a crescere per numero e per fatturato, attirando clienti da tutto il mondo.